

СЛУЧАИ НАРУШЕНИЯ ЭТИКИ ЖУРНАЛИСТА В ПЕРЕДАЧАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ КАК ПРЕДМЕТ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКРИТИКИ

Р.П. Баканов,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Аннотация. Автор данной статьи выявил, насколько регулярно и содержательно российские медийные критики освещали случаи нарушения профессиональной этики журналиста в телевизионных передачах главных телеканалов страны. Выявлено, что из десяти авторов, которые анализировали телевизионное содержание, только четыре человека обращали внимание и старались привлечь внимание общественности к нарушениям этики со стороны телевизионных журналистов. В статье также сделан вывод о том, что кроме публичного обсуждения таких случаев у медиакритиков нет возможности повлиять на ситуацию и исправить ее.

Ключевые слова: медийная критика, телевидение, телеканал, этика, нарушение, оценка, Ирина Петровская, Юрий Богомолов, Александр Мельман.

Summary. The article shows how regularly and meaningfully Russian media critics had covered of cases of violation of professional ethics of a journalist in television broadcasts of the main Russian TV channels. It was revealed that only four of the ten authors who analyzed the content of television paid attention and tried to draw public attention to violations of ethics by television journalists. It is concluded that except the public discussion of these cases, critics have no possibility to have an affect on the situation and improve it.

Keywords: Media criticism, TV, TV channel, ethics, violation, evaluation, Irina Petrovskaya, Yuri Bogomolov, Alexander Melman.

Дальнейшее развитие каналов передачи различных данных, совершенствование площадок для осуществления публичного обмена мнениями, рост числа средств массовой информации и, следовательно, объема медийного контента должны заставить не только исследователей журналистики, но и журналистов-практиков, и широкую общественность задуматься над качеством распространяемой и потребляемой медийной продукции. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) сообщила: в начале 2016 г. в России зарегистрировано почти 84 тысячи СМИ [1]. Социологическая компания «TNS-Россия», регулярно измеряющая рейтинги всех видов СМИ в городах с населением более 100 тысяч человек регулярно публикует данные, из которых следует, что у жителей нашей страны печатная пресса потеряла былую привлекательность, зато по-прежнему популярны передачи основных федеральных телеканалов («Первый», «Россия

1», «НТВ», «ТНТ» и другие) [2]. По данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного 2-3 мая 2015 г., телевидение является основным приоритетом в организации досуга и получения информации о событиях в стране для 62% россиян (в 2013 г. – для 60%) [3]. Телевидение – традиционно наиболее популярный источник информации среди жителей малых городов и сел и пожилого населения. При увеличении количества телевизионных программ и каналов, качество телепередач остается крайне неоднородным по содержанию. Жанровая палитра сокращается: право на жизнь получают лишь те, на которые «клянет» массовый зритель, и соответственно даст средства богатый рекламодатель.

К большой численности зарегистрированных в России медиа (мы осознаем, что даже до 50% их может и не издаваться или выходить в эфир) нужно добавить и учесть продолжающийся у россиян рост популярности социальных сетей и видеосервисов («You Tube», «Rutube», «NewsTube» и других) с распространяемым там содержанием. Объем потребляемой через соцсети информации в масштабе страны определить невозможно. Специалисты «Brand Analitics» занимаются регулярным мониторингом объема публикаций россиян в социальных сетях и на основании этого выявляют текущую популярность каждой из них. К примеру, по их данным, только в декабре 2015 г. жители нашей страны в возрасте 12-64 года оставили в самой популярной у нас соцсети «В Контакте» около 280 тысяч записей! [4] А сколько написали и что посмотрели там дети до 12 лет? Ведь они тоже активно проявляют себя в виртуальной реальности, несмотря на свой неплатежеспособный статус. Продолжается знакомство с мировой «паутиной» и представителей старшего поколения. Поведение в Сетевом пространстве мальчиков и девочек до 12 лет и взрослых после 64 лет чаще всего не исследуется, поскольку считается, что рекламодателям эти возрастные группы не интересны: их представители не обладают активной покупательской способностью. Многие люди зарегистрированы в разных соцсетях, пропуская через себя существенный объем информации. Развлечение и общение лидируют среди причин обращения россиян к социальным сетям. Каждый пользователь, находясь «В контакте с Интернетом», может сформировать собственную, отличную от других, траекторию потребления медийного содержания в зависимости от своих желаний [5]. Какого качества информация будет ими востребована, содержит она или не содержит нарушение законодательства, насколько сильное влияние окажет на психику потребителя, и насколько устойчивой и готовой окажется психика «юзера» для ознакомления с различной, чаще всего агрессивной, информацией – вопросы актуальные, на наш взгляд, требующие оперативных ответов. А их в меньшей степени можно получить от потребителей медийной продукции, в большей – в результате проведения давно уже необходимых соответствующих междисциплинарных научных исследований.

Таким образом, в настоящее время на человека (особенно на молодежь) значительное воздействие оказывают сведения, распространяемые как через традиционные медийные каналы (печать, телевидение и радио), так и посредством новейших мультимедийных платформ: сайты online-СМИ, блоги, чаты, соцсети. Дистанцироваться от нее, по нашему мнению, бессмысленно: даже если ты сознательно не будешь регистрироваться в social media, скажешь «нет» всем медийным информационным ресурсам, «виртуальная» информация догонит тебя в форме реплик или вопросов друзей и одноклассников («Смотрел? Как тебе, что скажешь?»), рекламы на улице, торговых центрах и в транспорте и т.д. Психологи несколько лет назад говорили, что в день на жителя крупного города приходится в среднем 20 тысяч случаев воздействия различной (в том числе вредной) информации. Сколько ее сейчас?

Выпуски теленовостей, передовицы газетных полос, едва ли не ежедневно освещая различные террористические акты, обсуждая их последствия и необходимые населению меры предосторожности оказывают мощное воздействие на каждого потребителя этой информации. Поэтому вслед за такими учеными, как А.Г.Качкаева, Н.Б.Кириллова, С.Г.Корконосенко, А.П.Короченский, А.В.Федоров, А.В.Шариков и другими мы считаем, что сейчас каждому из человека необходимо не только быть в курсе этих трагедий, но и постараться не поддаваться страху, который хотят посеять в обществе представители некоторых запрещенных в России группировок. Да что группировок, когда даже высокорейтинговые СМИ иной раз цитируют обращения террористов [6]. Можно ли было обойтись без этого? Конечно. Неоправданное излишнее внимание ко всему негативному ради рейтинга, на наш взгляд, делает журналистов невольными пособниками информационной войны, цель которой – запугивание населения. Примеров тому хватает.

Мы полагаем, что мощнейший манипулятивный потенциал масс-медиа конструктивен только в том случае, если он направлен на преодоление информационного вакуума у населения, повышение у них информационной и новостной грамотности, а также служит задачам консолидации общества, развитию демократии и самоуправлению граждан.

Настало время, когда каждый человек должен не столько потреблять, сколько фильтровать и отсеивать ненужную, а то и вредную для него и его семьи информацию. Особенно это важно для подростков и студентов, часто не умеющих распознать в «прикольном» (как они считают) видео скрытое воздействие на психику со стороны определенных сил или структур, группировок (например, запрещенных в России ИГ или «Хесбут-Тахрир»). В образовательных учреждениях сейчас необходимо больше внимания уделять повышению уровня новостной, медийной грамотности, медийного образования юношей и девушек в целом. «На рубеже XXI века произошла окончательная переориентация молодежной аудитории от печатного текста к аудиовизуальному, – написал еще в 2003 г. профессор А.В.Федоров и дополнил: – Поэтому вопрос о необходимости и актуальности медиаобразования ... уже принадле-

жит прошлому». На наш взгляд, абсолютно справедливым является следующий тезис ученого: «Современная система образования в качестве приоритетных целей рассматривает использование средств массовой коммуникации и медиапедагогики для формирования умений ориентации в информационном поле, противостояния манипуляциям общественным сознанием, для адаптации людей к новым социальным условиям жизни, для позитивного развития личности» [7, с. 7-8].

С тех пор прошло почти 13 лет, но ситуация если и меняется, то очень медленно: сказываются консервативность российской образовательной системы, перегруженность школьного и вузовского учебных планов и другие факторы. Участники состоявшейся 27-28 ноября 2015 г. в московском НИУ «Высшая школа экономики» второй Международной научно-практической конференции «Медиаграмотность и медиаобразование: цифровые медиа для будущего» еще раз отметили необходимость внедрения в процесс подготовки специалистов в области медиа дисциплины, повышающие уровень критичности их мышления, новостной грамотности, медиакомпетентности в целом.

С учащейся и студенческой молодежью более или менее понятно. Как быть с остальной частью населения страны, уже имеющей конкретный уровень образования, сложившуюся систему взглядов на мир, определенный уровень психологической усталости от существования в социальной среде? Как и с помощью чего развивать их уровень медийного образования и критичности мышления? Мы считаем, что это можно в некоторой степени сделать при помощи такой относительно новой области журналистики как *медийная критика*. Профессор А.П.Короченский дал следующее определение: данному термину «особая область в отечественной журналистике, призванная помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать «блеск и нищету» средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде» [8].

Для обычных граждан медиакритика должна реализовать свою просветительскую функцию (А.Короченский), с помощью которой можно формировать в обществе медийную культуру, «отражающуюся в отношении публики к печатной и электронной прессе, в степени развитости у аудитории навыков самостоятельного разбора и оценки содержания СМИ» [8].

Одной из задач медиакритики является всестороннее познание информационного производства. Следовательно, с ее помощью можно выявлять манипулятивный «арсенал» деятельности современных СМИ и объяснять гражданам, с какой целью и в какой мере медиакомпания его используют. Мы считаем, что именно эта область журналистики должна стать своего рода проводником в закулисы медийного мира для аудитории и оперативно выявлять и информировать ее о наиболее значительных тенденциях функционирования современных масс-медиа (особенно

телевидения как пока еще основного источника информации россиян). Но что есть российская медийная критика в настоящее время?

Ранее мы неоднократно писали [9; 10], что в нашей стране данное направление развивается очень медленно, несмотря на историю с середины XX века. Из нескольких своих направлений (критика печатных СМИ, online-медиа, критика теле- и радиопередач) современная медиакритика в российских изданиях и на просторах Рунета представлена главным образом критикой телевизионных передач. Редчайшее исключение составляют опубликованные в «Литературной газете» реплики о качестве радиопрограмм. Содержательный анализ статей, содержащих оценку аудиовизуальной журналистской продукции, показывает, что далеко не всегда уровень предпринятого авторами анализа и осмысления контента остается постоянным и выполняется на высоком идейно-творческом уровне. Причин тому несколько, но их рассмотрение не является предметом исследования настоящей статьи.

В центре внимания данной работы – выявление и изучение характера освещения медийными (телевизионными) критиками случаев нарушения профессиональной этики журналиста в передачах федеральных телеканалов. Перед началом исследования нас интересовало, во-первых, имеются ли в практике вещания федеральных телеканалов такие случаи и если да, то насколько они регулярны и с какой периодичностью освещаются критиками (если освещаются). Во-вторых, каким образом авторы статей интерпретировали и объясняли читателям газет данные факты, формулировали ли какие-либо тенденции, в чем видели причины выявленных случаев, организовывали ли публичную дискуссию в печати и модерировали ее?

Эмпирической базой исследования были выбраны семь федеральных общественно-политических газет, в которых, как показали наши предыдущие исследования, есть телевизионная критика: «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Российская газета» и «Труд». Из нескольких десятков тысяч периодических изданий в России, телевизионное содержание в настоящее время анализируется и оценивается только в указанных выше шести плюс в специализированных журналах «Журналист» и «Журналистика и медиарынок», но они не предназначены для массового читателя. Еще несколько лет назад телекритика еженедельно присутствовала в виде авторских колонок в «Известиях», «Времени новостей», «Коммерсанте», ряде региональных газет. Телекритика в передачах радио и online-СМИ нами не изучалась.

Хронологический период исследования – 2013-2015 гг.

В ходе выполнения исследования мы применили следующие методы:

1. *Содержательный анализ публикаций*, имеющих оценку медийных произведений, – позволил, во-первых, выявить наличие анализа и оценки медийного (в частности телевизионного) контента в них; во-вторых, определить, какое место в «повестке дня» медийной критики занимает освещение нарушения норм профессиональной этики журналиста в передачах

ведущих федеральных телеканалов, и присутствует ли там эта тема вообще. В-третьих, если она там есть, то насколько регулярно освещалась критиками?

2. *Сравнительно-сопоставительный анализ* освещения медийными (телевизионными) критиками случаев нарушения этики журналиста: специфики подачи информации, уровня аргументации, наличия / отсутствия авторского видения в этом проблемы, качества интерпретации выявленных фактов для аудитории для повышения ее уровня медийной грамотности.

В ходе исследования выяснилось, что в указанных выше изданиях за хронологический период всего было опубликовано 1583 статьи, содержащих оценку федеральному телевизионному и радиному содержанию передач. Из этого количества публикаций случаи нарушения профессиональной этики журналиста освещались всего лишь в 228 публикациях (14,4% от общего количества текстов за три года). Данная тема стала предметом изучения не для всех критиков, а только для некоторых. Этическую тему не рассматривали в «Независимой газете», «Труде», «Комсомольской правде», эпизодически (всего 14 раз) писали о ней в «Литературной газете» (в основном освещая проблему искажения исторических фактов в художественных фильмах), немного чаще в «Российской газете», еще более чаще – в «Московском комсомольце». Регулярнее других авторов к интересующей нас проблеме обращалась телекритик «Новой газеты» Ирина Петровская: за три года она опубликовала 109 статей, в которых хотя бы вскользь обсуждались примеры нарушения этики журналиста, выявленные в телепередачах федеральных каналов. Не остались безразличными к данной проблеме и Александр Мельман («Московский комсомолец», 83 выступления) с Юрием Богомоловым («Российская газета», 22 обращения) (В середине января 2014 г. еженедельная рубрика Ю.Богомолова «Теленеделя со мной» была закрыта, так как редакция «Российской газеты» не продлила договор с ее автором.). Как видим из общей численности содержащих критику телепередач публикаций, за три прошедших года проблема нарушения творческими работниками телекомпаний норм журналистской этики вряд ли осознавалась многими медийными критиками в качестве первостепенной, важнейшей для освещения. Если бы не профессиональная настойчивость Петровской и Мельмана, выраженная в обсуждении данной проблемы, презентации ее перед аудиторией и стремлении зафиксировать ее в «повестке дня» федеральных изданий, можно было бы говорить о том, что отечественная критика СМИ не считает, что на российском ТВ нарушают этику.

О каких проблемах, связанных с нарушением профессиональной этики журналиста в эфире, писали критики?

1. Обсуждение не всегда проверенных тайн личной жизни популярных людей сразу после их смерти, а то и до кончины (68 статей).

2. Некорректность в оценках определенных ситуаций, а также действиям людей (наклеивание ярлыков без достаточных на то оснований) (65).

3. Доминирование одной – выгодной государству – точки зрения в информационных выпусках и дискуссионных передачах при явном игнорировании альтернативных мнений (49).

4. Преобладание развлекательной «повестки дня» федеральных каналов в дни общенациональных трагедий (32).

5. Искажение исторических фактов режиссерами художественных фильмов и, тем самым, введение аудитории в заблуждение (14).

Таким образом, можно говорить о том, что основные федеральные телекомпании («Первый канал», «Россия 1», НТВ) за три исследуемых года не отличались большим разнообразием средств в проблеме нарушения профессиональной этики журналиста. Изучив публикации критиков, мы не смогли определить, какие из вышеуказанных проблем были характерны для конкретного телеканала, – все они выявлены на разных телекомпаниях. Телеканалов, полностью соблюдающих этические нормы, увы, не было.

Рассмотрим, каким образом этические нарушения актуализировались в «повестке дня» телекритики и объяснялись для массовой аудитории.

Самым непримиримым к данной проблеме автором стала И.Петровская. В каждой из своих работ она старалась представить случаи нарушения этики как норму для современного телевидения, одну из тенденций вещания, без которой невозможны высокие рейтинговые показатели. На протяжении всего временного периода исследования уже из заголовков ее выступлений читатель мог понять, что разговор там будет серьезным. Вот лишь несколько примеров из практики разных лет: «Михаил Зеленский с товарищами ударили лицом в глаз», «Мамонтов против садомитов», «Скорби час, потехе время», «Выставка грязного белья», «ТВ, ледящее душу», «Где совесть, Борь?», «На ДНЕ» и т.д. Редкое еженедельное обозрение телепередач данного автора обходилось без внимания к случаям нарушения журналистской этики.

В центре внимания И.Петровской, как и телекритиков «Российской газеты» и «Московского комсомольца», были вопросы качества телеконтента главным образом вечернего прайм-тайма. Именно в это время (с 18.30 до 23.00 в будние и с 17.00 до 23.00 в выходные дни) у телеэкранов собирается больше всего аудитории, а редакции представляют самые зрелищные, дорогостоящие, как правило, развлекательные проекты с целью как можно более дорогой продажи им рекламного времени. Однако экспертиза медиатекстов не всегда ограничивалась только вечерним временем: если в сетке вещания были запланированы поздневечерние дискуссионные передачи, то критики чаще всего смотрели и анализировали их, насколько позволяла площадь газетной полосы. К сожалению, из-за небольших объемов, отведенных редакциями для обозрений передач (в среднем, всего 90-100 строк), каждый из обозревателей успевал дать анализ всего 3-4 передачам за неделю, да и то лишь обращая внимание на самое важное.

По мнению телекритиков, среди выходящих в прайм-тайм передач практически не наблюдалось разнообразия форматов: информационные

выпуски, ток-шоу, сериалы, криминальные хроники-докудрамы, концерты. В публикациях постоянное внимание уделялось проектам, предусматривающим дискуссии, например, ежедневным ток-шоу на каждом из каналов («Пусть говорят» на «Первом», «Прямой эфир» на «России 1» и «Говорим и показываем» на НТВ), еженедельным программам «Специальный корреспондент» и «Воскресный вечер в Владимиром Соловьевым» («Россия 1»), в дни совершения различных резонансных происшествий и трагедий – вечерние информационные выпуски. Большого не позволяло место на полосе.

Проведенный нами содержательный анализ обзоров Ю.Богомолова, А.Мельмана и И. Петровской показал, что претензии этического характера они направляли ведущим ток-шоу. Они упрекали в том, что ради повышения рейтинга готовы на многое, включая искажения и подтасовку фактов. В одной из своих публикаций И.Петровская сформулировала такую тенденцию федерального телевидения: «Разрешено плевать в душу, разрешено копаться в чужом грязном белье, а если его нет, подкидывать свое, разрешено топтать грязными сапогами чужую жизнь и смерть» [11].

Оценивая качество телепередач по законам соответствующего им жанра, телекритики все чаще утверждались в мнении, что почти все подвергавшиеся анализу произведения не соответствовали предъявляемым к журналистике требованиям, поскольку содержали нарушения их по критерию соблюдения профессиональной этики журналиста, а именно: пропаганда одной, как правило, выгодной государству позиции по многим вопросам и замалчивание альтернативных точек зрения; стремление сделать сенсацию путем обвинения одной стороны конфликта без достаточных на то оснований; попытки представить в эфире комментарий или оценку явления за факты и т.д. Ориентируясь на «Кодекс профессиональной этики российского журналиста», а также на то, что телевидение – это один из видов средств массовой информации (а не дезинформации или манипуляции), обозреватели, судя по освещаемым в их публикациях проблемам, очень хотели, чтобы тележурналисты и ведущие передач работали честно, то есть не обманывали бы зрителя в угоду рейтингу любой ценой. Но вместо похвал за профессионализм, поиск и обнародование актуальной и социально значимой информации критикам регулярно приходилось ругать их за отступление (часто сознательное) от канонов журналистики и введение аудитории в заблуждение.

К примеру, в статье «Выставка грязного белья» (название подчеркивает проблему) И.Петровская подробно пересказала, каким образом участники ток-шоу на основных телеканалов страны «проводили» в последний путь ушедшую на неделе в мир иной актрису Т.Самойлову. Уже в первом абзаце статьи телекритик напомнила читателям один из трендов современного телевидения: «Чужая душа – потемки. Чужая семья – порой и вовсе мрак, о котором совсем не обязательно знать посторонним. Но телевидение отнюдь не считает себя посторонним и с отвагой, достойной лучшего применения, вторгается в личное

пространство живых и умерших, докапываясь до реальных и мнимых человеческих тайн или вовсе высасывая их из пальца» [12].

Настроив аудиторию на критичное восприятие телевизионной «реальности», автор публикации поведала, в чем увидели мистику создатели фильма «Последняя тайна Татьяны Самойловой» («Первый канал»), как с помощью магов, экстрасенсов и шамана они пытались разгадать «тайну» актрисы. Далее последовал пересказ содержания ток-шоу на НТВ «Говорим и показываем», у которых на повестке дня «дележка наследства Татьяны Самойловой». Какова была обстановка в студии, по мнению Петровской? «Все наперебой кричат что-то о наследниках первой и второй очереди, попутно пытаясь устыдить единственного сына актрисы, якобы бросившего старую мать на произвол судьбы. Сын Дмитрий, интеллигентный мужчина средних лет, мягко отвергает обвинения в свой адрес, со всей возможной деликатностью описывая непростой характер мамы (зачем пришел на этот «шабаш» – непонятно, возможно, жизнь в Америке притупила инстинкт самосохранения). В качестве пикантной приправы к теме обсуждения телевизионщики показывают явно снятые скрытой камерой кадры, где Самойлова – неприбранная, плохо одетая и кое-как передвигающаяся – обходит близлежащие кафе, в которых, по свидетельству обслуживающего персонала, она завтракала, обедала и ужинала за счет заведений, поскольку у их владельцев никогда не поднималась рука предъявить ей счет» [12]. Демонстрация в эфире видео, сделанного скрытой камерой, – на наш взгляд, в данном случае является нарушением журналистской этики. Ведь неизвестно, разрешала ли Самойлова осуществлять эту съемку, да и какое эстетическое удовольствие получают родственники и поклонники актрисы от того, что увидят ее кое-как передвигающейся?

В «Кодексе профессиональной этики российского журналиста», положениями которого руководствовались телекритики при выявлении фактов нарушений этики со стороны журналистов или ведущих передач, написано: «Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека». А также: «Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений» [13].

Таким образом, исходя из данных цитат, можно сделать вывод, что работавший над подготовкой ток-шоу коллектив нарушил сразу два пункта Кодекса. Упреки телекритика оказались справедливыми.

Если И.Петровская с первых строк своих статей однозначно давала понять, что не приемлет нарушений журналисткой этики в телепередачах, то Ю.Богомолов и А.Мельман зачастую сохраняли нейтральность в оценках до последних абзацев повествований. Дискуссионные передачи трех основных телеканалов страны также становились объектом внимания данных авторов. Но их стилистика была мягче, чем у И.Петровской, обозреватели при пересказе сюжета передач и в случае выявления примеров нарушения журналисткой этики не обвиняли работников телевидения сразу, а пытались понять, что стало тому причиной. В результате и Богомолов, и Мельман всегда независимо друг от друга сходились во мнении, что почти все случаи нарушения журналисткой этики – примеры не спонтанные, произошедшие от непрофессионализма редакторов или ведущих ток-шоу, а наоборот, сознательно используемые для увеличения рейтинговых показателей приемы. Критики считали, что примеры нарушений журналисткой этики на телевидении необходимо рассматривать и как приемы манипулирования общественным мнением и вниманием зрителей.

Редактор отдела «Телеведение» «Литературной газеты» А.Кондрашов по сравнению с упомянутыми выше критиками гораздо реже уличал тележурналистов в нарушениях этики, но тоже считал, что в этом виноват прежде всего рейтинг, экранные люди – его рабы. «Плевать им на людей, родителей и детей. Не их интересы, а деньги решают все на коммерческих телеканалах. От Первого до последнего. И будут показывать там любую американскую дрянь, лишь бы давала рейтинг. И будет Ургант беседовать с тем, с кем скажут. И сценаристы писать, что прикажут» [14].

В результате исследования мы пришли к следующим выводам.

Соблюдение профессиональной этики является одним из слагаемых мастерства журналиста. В этой связи отступление от общепринятых норм или стандартов поведения корреспондентами или ведущими популярных телепередач основных телеканалов страны, мы полагаем, может и должно негативно отразиться на имидже нарушителей не только в профессиональной среде, но и в обществе. Регулярная практика несоблюдения этики и морали приведет к дальнейшему снижению и так уже невысокого уровня доверия аудитории к представителям «четвертой власти».

Постоянное освещение социальных проблем современной жизни, нахождение в рыночных условиях, когда от публичного человека, торгующего своим лицом, руководство канала требует рейтинга любой ценой, даже профессионалу нелегко сохранить объективность. Проведенное нами исследование творчества российских медиакритиков за три последних года показало, что в своих публикациях они старались сформировать отрицательное общественное мнение к случаям нарушения этики журналиста на ТВ, однако получалось это не у каждого.

Мы выявили, что всего четыре из девяти критиков в 2013-2015 гг. с разной периодичностью и убедительностью обращали внимание на факты

отступления от этики творческих сотрудников федеральных телеканалов. Проблематика и частота выступлений И.Петровской («Новая газета») за этот период позволила нам говорить, что эта тема для критика была достаточно важной. Каждая вторая ее статья если не была полностью посвящена, то содержала отдельные абзацы, в которых описывались ситуации и давалась однозначно негативная оценка случаям этического плюрализма как со стороны журналистов, так и со стороны приглашенных в студию гостей. Критики А.Мельман («Московский комсомолец») и Ю.Богомолов («Российская газета») также не одобряли такие примеры, но делали это мягче по стилю, чем их коллега. Например, они не пересказывали подробно ситуации нарушений норм этики, ограничиваясь зачастую их простой констатацией; конкретных упреков в сторону журналистов было немного, они сводились в основном к общим рассуждениям о причинах, побуждающих медийных лиц отступать от декларируемых норм. Обозреватель «Литературной газеты» А.Кондрашов также не обошел вниманием интересующий нас вопрос, но нарушения этики он видел эпизодически и, во-первых, в искажении или перевираании фактов в исторических сериалах или фильмах, во-вторых, в современной рыночной среде, в которой почти нет места честным творцам. На взгляд критика, правило работы современного экранного телеменеджера можно сформулировать так: честный человек в условиях телепопсы долго популярным не останется.

Наше исследование показало, что у отечественной телекритики начала XXI в. разный предмет изучения. Нарушение этики журналиста в качестве одной из основных тенденций современного телевидения осознавали, пожалуй, лишь И.Петровская и А.Мельман. Для А.Кондрашова, судя по его выступлениям в печати, данная тема являлась одной из актуальных, но далеко не основной. На наш взгляд, так произошло, видимо, потому, что обычно он писал большие статьи (объем полосы позволял сделать это), в которых анализировал телепередачи, фильмы и сериалы по разным критериям. До выявления случаев соблюдения / не соблюдения этики часто дело не доходило. Вероятно, что в творчестве Ю.Богомолова интересующая нас проблема заняла бы одно из важных мест, если бы редакция «Российской газеты» в начале 2014 г. не закрыла его рубрику «Теленеделя со мной».

Несколько остальных телекритиков, сотрудничающих с федеральными газетами, в 2013-2015 гг. оставили данную проблему без внимания. Они писали о своих впечатлениях от сериалов, о том, насколько тот или иной актер натурально сыграл в роль в них, кто из гостей студии в какой одежде пришел на эфир, кто что сказал в студии и т.д. Таким образом, можно казать, что телекритики разделились как минимум на две группы в зависимости от предмета исследования: авторов, которые обращали внимание на соблюдение в телепередачах норм этики журналиста, и на авторов, которые оставили этот вопрос без внимания. Всего 14,4% публикаций за три года, предметом которых стали факты нарушения работниками телекомпаний норм этики, – этого, на наш взгляд, недостаточно для осуществления всестороннего качественного

и объективного анализа телевизионного содержания. Трудно сказать, почему другие критики не освещали данную проблему. Возможно, не хотели усиливать и без того слабый уровень доверия аудитории к журналистам [15]. Возможно, решили, что проблема не была актуальной или почему-то еще. Стоит ли в таком случае говорить о качестве существующей в российских СМИ медиакритики, если некоторые обозреватели не видят (или не хотят видеть) регулярные со стороны «телевизионников» случаи неуважения к гостям студии и к зрителям?

Невысокий уровень выявления фактов нарушения профессиональной этики журналиста в телепередачах актуализирует необходимость регулярного всестороннего и качественного анализа не только содержания телеканалов, но и печатных изданий, online-медиа. В настоящее время критика очень избирательна, анализирует в основном передачи федерального прайм-тайма, оставляя без внимания многие не попавшие туда проекты. Необходима постоянная и объективная экспертиза качества журналистской работы разных уровней, особенно в регионах (к примеру, в Татарстане медиакритики нет). В ней должны быть заинтересованы как творческие сотрудники ТВ, так и их аудитория. В современной рыночной системе честная критика СМИ не выгодна даже медийной аудитории, поскольку заставляет людей думать самостоятельно, к чему далеко не все привыкли. Что уж говорить о тех, кто каждый день через «голубой экран» приходит в наши дома с новостями или шоу...

Мы полагаем, что для дальнейшего качественного становления медиакритики в стране необходимо развитие других институтов гражданского общества, в частности, здоровой конкуренции, практики самоуправления граждан и их правовой защиты. Критика СМИ должна способствовать развитию плюрализма мнений, содействовать гласности, свободе слова и общественному прогрессу в целом.

Однако в нынешней России все это пока теория. На медийных руководителей влияние имеют только рейтинговые показатели и мнения рекламодателей. Медийные критики скорее в их черном списке, ведь к ним почти не прислушиваются. Практикующие журналисты редко их уважают. Наше исследование в общих чертах показало: медиакритики отчасти в этом виноваты и сами, потому что пока не готовы писать и говорить правду. Она очень нужна с точки зрения повышения уровня медийного образования и новостной грамотности аудитории. Чтобы, по выражению И.Петровской, «стервятники от ТВ» [12], работающие в эфире «самого пошлейшего и беспардоннейшего из «искусств»» [11], впредь понимали, что именно от зрителей зависит их современное положение. Ведь если кому-то из творческих «деятелей» захочется нарушить этические нормы, то его зрители в следующий раз перестанут смотреть передачу, и он потеряет работу.

Литература

1. Перечень наименований зарегистрированных СМИ. Указан по данным на 31.01.2016 г. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (режим доступа – свободный).

2. Топ-100 наиболее популярных программ. Исследование «ТВ Индекс» регулярно проводит компания «TNS Россия». Период исследования «неделя 18.01.16-24.01.16», исследуемая часть суток «05:00-29:00 – все сутки в целом», регион исследования «Россия (города с населением 100 тысяч человек и более)». Исследуемая аудитория – население в возрасте от 4 лет и старше. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/?arrFilter_pf%5BCITY%5D=5096&arrFilter_pf%5BPERIOD%5D=18%2F01%2F2016+-+24%2F01%2F2016&arrFilter_pf%5BTYPE%5D=66&set_filter=%D0%A1%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C&set_filter=Y (режим доступа – свободный).

3. СМИ в России: потребление и доверие // Пресс-выпуск ВЦИОМ. 2015. № 28-29. 7.05. [Электронный ресурс]. Доступно также на: URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248> (режим доступа – свободный).

4. Рейтинг социальных сетей – лучшее, 2015 г. Дата публикации 20.12.2015. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://sd-company.ru/article/rating/social-networking-2015> (режим доступа – свободный).

5. *Стечкин И.В.* Журналист «ВКОНТАКТЕ» с Интернетом. Ханты-Мансийск: ОАО «Издательский дом «Новости Югры», 2014. 144 с.

6. ИГИЛ заявило о готовности атаковать Рим и разрушить Биг Бен и Белый дом // БИЗНЕС Online. 2015. 14.11. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.business-gazeta.ru/article/145482/?utm_source=search (режим доступа – свободный).

7. *Федоров А.В.* Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма Е.А., 2003. 340 с.

8. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).

9. См., например: *Баканов Р.П.* Профессионализм журналиста в дискурсе современных федеральных СМИ // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1 Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2015. №3 (141). С. 16-22.

10. См., например: *Баканов Р.П.* Российская медиакритика: учителя есть, школы нет // Журналистский ежегодник: в 2-х ч. Ч. 1. Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та, 2013. № 2. С. 49 – 51.

11. *Петровская И.* И все разрешено // Новая газета. 2013. 15.02. С.24.

12. *Петровская И.* Выставка грязного белья // Новая газета. 2015. 16.05. С.24.

13. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Одобрен Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 г., г. Москва. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.ruj.ru/_about/code_of_professional_ethics_of_the_russian_journalist.php (режим доступа – свободный).

14. *Кондрашов А.* Порнографы // Литературная газета. 2013. № 23. С.10.

15. Доверие российским СМИ. Объективны ли СМИ в освещении событий? И стоит ли им быть более критичными к властям? // Фонд общественное мнение. 2015. 30.04. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12140> (режим доступа – свободный).